

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Аргументативный потенциал риторических вопросов в современном
американском политическом интервью**

основная образовательная программа бакалавриата по направлению
подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающаяся 4 курса

Образовательной программы
«Теория перевода и межкультурная коммуникация»
Профиль «Английский язык»

очной формы обучения

Коричева Надежда Максимовна

Научный руководитель:
д.ф.н., проф. Третьякова Т.П.

Рецензент:
доц. Вьюнова Е.К.

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы исследования.....	5
1.1 Определение политического интервью в рамках политической лингвистики.....	5
1.1.1 Интервью как один из жанров политического дискурса.....	5
1.1.1.1 Политическая риторика.....	5
1.1.1.2 Политический дискурс.....	9
1.1.2 Американское политическое интервью.....	11
1.2 Функциональная семантика риторического вопроса.....	15
1.2.1 Определение риторического вопроса.....	15
1.2.2 Проблема представления риторического вопроса.....	20
1.3 Лингвистический аспект изучения аргументации.....	22
Выводы по Главе 1.....	26
Глава 2. Функциональные типы риторических вопросительных высказываний в политическом интервью.....	28
2.1 Единичные коммуникативные структуры.....	28
2.1.1 Верификативные вопросы.....	28
2.1.2 Апеллятивные вопросы.....	30
2.1.3 Эмотивные вопросы.....	34
2.1.4 Идентифицирующие вопросы.....	36
2.2 Комплексные коммуникативные структуры.....	39
2.2.1 Псевдиалоги.....	39
2.2.2 Вопросы одного типа.....	46
2.2.3 Вопросы разного типа.....	47
2.2.4 Вопросы с контрастирующей антиципацией.....	50
Выводы по Главе 2.....	52
Заключение.....	54
Список используемой литературы.....	56

Введение

Настоящая работа посвящена изучению практического значения риторических высказываний, встречающихся в современных американских политических интервью.

В современных средствах массовой информации жанр интервью является одним из самых популярных. То обстоятельство, что на первый план в наши дни выходит информационная группа жанров, к которым относится и интервью, является веским аргументом в пользу его популярности в настоящее время.

В настоящее время политическое интервью широко распространено в средствах массовой информации в связи с возрастающим интересом к мнению конкретного политика по какому-либо вопросу или к самой личности политического деятеля.

Чтобы речь политика в интервью была эффективной, ему необходимо умение «даром живого слова действовать на разум, страсти и волю других» (Парабеллум 2015: 25). Зачастую это достигается использованием в речи интервьюируемого или интервьюирующего риторических вопросов.

Риторический вопрос можно рассматривать как эмоционально-оценочное обрамление самых основных аргументов или тезисов реплики. Он чаще всего представляет собой повышение пафоса эмоций высказывания, или уход от конкретизированного ответа что, безусловно, отражается на восприятии аудиторией как текста интервью, так и самого политика.

Актуальность данного исследования обусловлена следующими факторами: во-первых, тексты современных политических интервью занимают значительное место в современном американском медиа-дискурсе как одного из видов эффективного воздействия на общественное сознание; во-вторых, изучение политического дискурса, позволяющего определить стратегии и

тактики речевого общения, находится в центре внимания лингвистов, занимающихся изучением моделей интеракции.

Объектом исследования являются риторические вопросы, употребляемые в текстах интервью с современными американскими политиками.

Предметом исследования работы является функциональная семантика риторических вопросов на разных стадиях аргументации.

Цель работы заключается в определении функционального значения риторических вопросов, используемых в аргументативных структурах в американских политических интервью.

В соответствии с указанной целью в работе решаются следующие задачи:

1. Дать определение понятию политическое интервью
2. Дать определение понятию риторический вопрос
3. Создать классификацию риторических вопросов с точки зрения семантического и прагматического аспектов.
4. Выявить роль риторических вопросов в стадиях построения аргументации.

Материалом исследования послужили тексты интервью с американскими политиками. Всего было проанализировано 80 примеров, отобранных из текстов интервью с такими политиками как Д. Трамп, Б. Обама, Б. Сандерс, М. Тэтчер. Интервью взяты из различных официальных источников, таких как сайты CNBC, FOX NEWS, WBUR NEWS, YouTube. Примеры были собраны методом сплошной выборки.

Работа состоит из введения, теоретической главы, исследовательской главы, заключения, библиографии (42 наименований, из них 8 на английском языке). Общий объем работы составляет 59 страниц печатного текста.

Глава 1. Теоретические основы исследования

1.1 Определение политического интервью в рамках политической лингвистики

Политическая лингвистика — это область языкознания, связанная с изучением опыта коммуникативной деятельности в политической сфере. Предмет исследования политической лингвистики - политическая коммуникация, то есть речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям. Зачастую предметом исследования становится политическое интервью.

1.1.1 Интервью как один из жанров политического дискурса

1.1.1.1 Политическая риторика

Начать исследование политического интервью следует с определения политического красноречия, как воплощения политического дискурса. На данный момент в современной науке не сформировалось единого подхода к изучению политической риторики и ее феноменов. Политическая коммуникация находится на пересечении предметных областей целого ряда наук, в частности политологии, психологии, социологии, философии, риторики и лингвистики. В общепринятом понятии политической коммуникацией принято считать передачу и обмен информацией, идеями, эмоциями, навыками, смыслами и т.п. в сфере политики с помощью разнообразных символов (слов, картин, графиков, музыки и т.д.) между субъектами политики и гражданами в ходе их формальных и неформальных взаимодействий.

В наиболее общем смысле политическую коммуникацию можно определить как «коммуникацию с помощью СМИ и других средств связи с целью повлиять на установки людей в отношении политических субъектов или объектов» (Баранов 1997:25). Политическая риторика учит как правильно

подбирать аргументацию, какие языковые средства использовать для донесения до слушателей содержания выступления таким и образом непосредственно взаимодействует с категориями политического восприятия и политической коммуникации.

Зарубежные исследователи К. Хольц-Баха и Л. Каид отмечают, что политической риторикой следует считать «любое направленное сообщение, передаваемое по любым существующим каналам коммуникации, созданное с целью продвижения политических интересов личностей, партий, групп, государства или других организаций» (Цит по Карасик 2000:37). Такое определение с одной стороны подчеркивает субъективность политической коммуникации, а с другой – признает многообразие форматов и способов передачи политических сообщений.

Известный отечественный политический психолог Д.В. Ольшанский акцентирует внимание на том, что политическая коммуникация в первую очередь представляет собой «определенный способ формирования некоторых форм массового поведения, применяемый элитой для достижения своих целей» (Цит по Карасик 2000:40). Акцент на изменении поведения людей, на которых воздействуют политические сообщения, чрезвычайно важен, так как он отличает политическую коммуникацию от пропаганды и PR. Несмотря на то, что риторика в области политики может подспудно выполнять и другие функции – например, формировать имидж кандидатов и влиять на политические представления электората, – ее основополагающей целью всегда является воздействие на поведение, пусть даже это воздействие осуществляется самыми разными способами и не всегда напрямую.

Так как политическая коммуникация представляет собой целенаправленную деятельность, адресное воздействие на определенные группы людей с целью изменения их поведения, это предполагает, что она должна осуществлять некоторые коммуникативные функции. Традиционно принято выделять четыре функции политической коммуникации: привлечение внимания, информирование, убеждение и побуждение к действиям.

Привлечение внимания является первичной задачей политической риторики: если эта функция будет выполняться неэффективно, аудитория просто не обратит внимания на сообщения источника и коммуникация не состоится. Для грамотной разработки политических сообщений обычно задействуется значительный объем знаний в области психологии, связанный с особенностями психики и восприятия человека: подбираются специфические визуальные символы, цветовая гамма, определенные слова и выражения, звуковые эффекты. Так, например, считается, что наиболее простой и надежный способ привлечь внимание аудитории – предложить ей что-либо пугающее или же, наоборот, приятное и соблазнительное.

Информирующая функция состоит в том, что риторические сообщения должны транслировать аудитории определенные знания о политическом объекте, раскрывать его наиболее значимые характеристики и свойства. На этом этапе ключевым критерием эффективности является понятность сообщаемой информации: рекламное сообщение должно использовать тот же язык и те же визуальные коды, что и целевая аудитория, а также учитывать культурные особенности, которые могут повлиять на коммуникацию.

Функция убеждения предполагает, что политический объект или субъект должен выглядеть значимым и привлекательным, способным удовлетворить потребности адресатов коммуникации. Необходимо, чтобы транслируемые в политической рекламе смыслы, взгляды, позиции и оценки казались верными и убедительными.

Само по себе убеждение основывается на логических рассуждениях, приведении рациональных доводов, из которых аудитории предлагается сделать определенные выводы, однако необходимо учитывать, что значительный процент людей не мыслит логически, поэтому выгоднее использовать определенные приемы и символы (слова, зрительные образы) для стимулирования некритического восприятия риторических сообщений, внушать аудитории необходимые политические взгляды и оценки посредством псевдоаргументов.

Наконец, побуждающая функция политической коммуникации заключается в формировании определенных поведенческих моделей, что, как уже было упомянуто выше, является ключевой задачей политической рекламы. Под воздействием рекламных сообщений у адресата изменяются поведенческие установки в отношении определенных политических объектов, формируются мотивы для совершения действий, в которых заинтересован субъект коммуникации.

Достижение целей и реализация функций политической риторики происходит при помощи лингвистических средств: они представляют собой определенные приемы и способы действия, используемые при создании политических сообщений, и отличаются от средств коммуникации, которые являются каналами передачи этих сообщений. Принято выделять две основные группы таких средств – рациональные и эмоциональные.

Рационально ориентированная коммуникация обращается к разуму и логике потенциального избирателя, ее цель – убедить в преимуществах политического объекта, используя аргументы, на основе которых человек должен сделать необходимые выводы. Коммуникация, использующая эмоциональные средства, руководствуется ассоциативным принципом: она стремится воздействовать на чувства человека, актуализируя какие-либо воспоминания, установки или стереотипы в его сознании. Если в рациональной коммуникации для наиболее точной передачи смыслов чаще используется словесная и текстовая формы подачи, то в эмоциональной большей популярностью и успешностью пользуются визуальные образы и звуковое сопровождение.

Е. И. Шейгал, рассматривает политическую коммуникацию с точки зрения семиотического подхода. Под политическим дискурсом он понимает «институциональное общение, которое, в отличие от личностно-ориентированного, использует определенную систему профессионально-ориентированных знаков, т.е. обладает собственным подязыком (лексикой, фразеологией и паремиологией)» (Шейгал 2000:154).

Таким образом, политическая риторика это один из самых распространенных сегодня видов ораторского искусства. Политическая риторика учит как правильно подбирать аргументацию, логично располагать части ораторской речи, а также какие языковые средства использовать для донесения до слушателей содержания выступления, поэтому ее рассмотрение является логичным в связи с рассмотрением политического дискурса.

1.1.1.2 Политический дискурс

Политический дискурс содержит в себе ряд общих когнитивных схем, которые, реализуясь в речи политических деятелей, становятся понятными для всех носителей языкового сознания. Политический дискурс, в отличие, к примеру, от дискурса педагогического, направлен на неограниченное количество адресатов.

Отличительной чертой политического дискурса становится и его образность – любой из политических деятелей уделяет огромное внимание воздействующей функции языка. Иными словами, политический дискурс находит свое отражение в политической ораторской речи.

Политический дискурс обладает синтаксической сложностью – в речи политиков достаточно сложно встретить простые предложения. Данная речь характеризуется обилием сложносочиненных и сложноподчиненных предложений, размеренным темпом речи.

Е. Шейгал отмечал такую специфическую черту политического дискурса, как конфликтность. Конфликтность в политическом дискурсе проявляется в том, что он может одновременно выполнять несколько функций и преследовать несколько мотивов. К примеру, партийная программа призвана убеждать, агитировать, пропагандировать (персуазивная функция); при этом должна быть очевидной связь каждого конкретного пункта программы с убедительной идеологией данной партии или группы, т.е. каждое требование, каждый поступок должны быть аргументативно связаны с ценностями, традициями и идеологией (аргументативная функция).

Анализируя вышесказанное, отметим, что для политического дискурса доминирующей является регулятивная функция, при сохранении магической и креативной функции.

Язык идеологического дискурса отличается от естественного языка, прежде всего тем, что он имеет двунаправленную природу – с одной стороны он выполняет функцию сообщения, передает основные политические цели, а с другой – манипулирует сознанием реципиента.

Любой из идеологических языков репрезентирует определенную систему ценностей, которые предъявляются адресату как единственно истинные. В данном случае происходит формирование вторичной реальности, которая возникает как новая система значений и ценностей, представленная в виде новых концептов. «Устранение рефлексии происходит с помощью стереотипов и клише, которые систематически повторяются, таким образом, определенные области становятся табуированными, другие – автоматизируются, многие же освобождаются от истории (история перефразируется или переписывается заново)» (Водак 1997:100)

Степень формальной свободы или вариативности, которую допускает языковая система и контекст, может получить дальнейшее развитие благодаря идеологическим ограничениям, налагаемым на высказывание. Впрочем, здесь может быть и обратная зависимость. В случае, когда лингвистическая система не допускает формальной вариативности способов выражения, лежащих в основе пропозиций или прагматических функций, подобные выражения не могут быть идеологическими, т.е. использоваться членами различных идеологических групп в тех или иных ситуациях.

Политический дискурс может рассматриваться как один из видов профессионального дискурса. Существует несколько различных подходов к определению политического дискурса, однако все они базируются на идее, что интенция политического дискурса заключается именно в завоевании и удержании политической власти (Маслова 2008:157). В этом отношении

проявляется сущность политики, которая реализуется через язык и связывается с речевой деятельностью.

Резюмируя вышесказанное, можно утверждать, что политический дискурс является сложным понятием, возникающим в области пересечения политической риторики и политической коммуникации. Целью политического дискурса является борьба за власть и отстаивание позиций, посредством формирования общественного мнения, включающее текст, в данном случае интервью, как вербализованный результат речи, ситуативный и прагматические контексты, а также специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса.

1.1.2 Американское политическое интервью

Интервью является одним из самых ярких образцов публичного общения, что, согласно П.В. Свищеву, оказывает «нормирующее и популяризирующее влияние в области языка и коммуникации в целом» (Свищев 1998: 5).

Политические интервью играют важную роль в передаче политической информации. Данная информация передается посредством диалогических форм речи (Lauerbach, Fetzer 2007:160).

В рамках политического интервью политики используют коммуникативные стратегии и тактики с целью реализовать свои коммуникативные намерения. При выборе стратегий учитываются факторы и условия, в которых протекает интервью, а также обуславливается использование определенных языковых средств.

В современном американском политическом дискурсе жанр интервью занимает особое место, потому как является наиболее эффективным способом информирования о политической платформе того или иного политика.

С точки зрения структурной организации, политическое интервью состоит из вступления, основной части и заключения. Политическое интервью может быть монотематическое или политематическим, обладать различной

целевой направленностью. Коммуниканты соблюдают этикетные нормы общения, языковые нормы, используют определенные речевые акты. Динамика эмоциональности диалога, темп речи и объем интервью также варьируются в зависимости от хода интервью и заданных условий (там же).

Важным для политического интервью безусловно является речевое воздействие интервьюируемого – политического деятеля – на аудиторию. «Для политика приобретает первоочередной интерес не то, что реципиент понял, а как понял» (Плахотная 2011: 45).

Как видно из приведенных характеристик, жанр политического интервью представляет собой диалог, который необходим для решения каких-либо конкретных политических задач. Иными словами, жанр интервью представляет собой конструктивный способ взаимодействия с определенной аудиторией для достижения определенной цели.

Политическое интервью социально значимо. Оно ставит для себя целью выяснение точки зрения на определенное положение дел. Интервью организуется двумя участниками: интервьюером (журналист) и интервьюируемым. Третьим участником является аудитория, которая анализирует высказывания, соглашаясь с ними или опровергая их.

В современной науке нет единого представления о жанре интервью, так как оно рассматривается по различным основаниям. Ниже кратко перечислим основания, в соответствии с которыми данный жанр может классифицироваться.

Характеристика жанра интервью по целям

1. Информационное интервью является самым распространенным типом интервью. Основная цель, как правило, заключается в насыщении аудитории новостями. Такое интервью очень динамично по своей сути, так как приходится собрать данные в ограниченный промежуток времени.

2. Интервью-расследование. Представляет собой жанр, который больше насыщен диалогичностью, чем предыдущий. Это связано, прежде всего, с тем, что интервью опирается на выяснение глубинных причин какого-либо

события. Особенно важным в данном случае становится и умение найти индивидуальный подход к каждой отдельно взятой личности. Иными словами, можно говорить о том, что данный жанр целиком построен на аспектах риторики и коммуникативистики, которая подразумевает правильное построение диалога.

3. Интервью-портрет, которое расставляет акценты на жизни одного определенного политика. Портретное интервью позволяет раскрыть сущность человека, сделать его ближе к аудитории.

4. Беседа (диалог). В этом типе интервью журналист становится активным участником беседы, высказывая собственную точку зрения на разные политические или социально-значимые вопросы. (Лазутина 1999:2)

С точки зрения аргументативного потенциала, являющегося основной темой данной работы, при рассмотрении риторических вопросов в интервью, уместнее всего будет придерживаться следующих двух классификаций:

Характеристика интервью по типу получаемой информации

1. Интервью для получения чисто фактических сведений.

Наименее диалогичный тип интервью, когда личность не представляет для журналиста никакого интереса. Главное – получить необходимые сведения от реципиента, при этом не представляется интересным факт изложения интервью.

2. Интервью для выяснения фактов и мнений собеседника о другом человеке или проблеме.

Здесь личность интервьюируемого представляет больший интерес. Журналист не только опрашивает его о событиях, которые имеют место в реальности, но и прислушивается, каким образом собеседник данные события описывает.

3. Интервью для получения представления о личности опрашиваемого.

Оно отличается особой важностью психологической атмосферы беседы. От журналиста требуется внимание не столько к фактическому содержанию словесных высказываний опрашиваемого, которые будут содержать факты,

мнения, оценки, сколько к его личности. Вследствие этого, читатель становится третьей стороной диалога, так как перед его мыслями возникает образ говорящих, речевые действия которых он оценивает в соответствии со своими установками. (Лукина 2003: 5)

Виды интервью по отношению интервьюируемого к интервью:

1. Интервью с сотрудничающим собеседником.
2. Интервью с равнодушным собеседником. Такой человек не отказывается встретиться с журналистом, но и не помогает ему во время интервью.
3. Интервью с сопротивляющимся собеседником (Попова 2002).

По определению Н. Стэнтона, интервью – это «планируемый и контролируемый разговор между двумя (или более) людьми, который ведется с определенной целью (с позиций хотя бы одного из участников), и во время которого оба говорят или слушают по очереди. Наличие цели, планирования и контролируемого взаимодействия в проведении интервью отличает его от повседневного общения» (Stanton 1990:670).

А.А. Масленникова и Т.П. Третьякова выделяют три основных категории интервью в зависимости от преобладающей в той или иной категории коммуникативной стратегии. К этим категориям относятся: 1) «гармоничное» интервью (the unison interview), в котором прагматические стратегии участников совпадают или же вопросы интервьюирующего не являются проблематичными для интервьюируемого и позволяют ему полноценно выражать свои идеи и 18 взгляды; 2) «исследовательское» интервью (probing interview), предполагающее нейтральные вопросы со стороны интервьюирующего, целью которых является получить исчерпывающий ответ по острой политической проблеме, затрагиваемой журналистом; 3) «агрессивное» интервью (aggressive interview), при котором целью интервьюирующего является раскрыть негативные аспекты взглядов, позиции и даже личности интервьюируемого (Maslennikova, Tretyakova 2003:125).

Цель политического интервью непосредственно влияет на вербальное и невербальное поведение коммуникантов. Содержательное поле интервью, набор языковых средств, используемых интервьюирующим и интервьюируемым, композиционно-структурная организация коммуникации варьируется в зависимости от типа интервью. В рамках политического интервью политики используют коммуникативные стратегии и тактики с целью реализовать свои коммуникативные намерения. При выборе стратегий учитываются факторы и условия, в которых протекает интервью, а также обуславливается использование определенных языковых средств

Таким образом, политическое интервью представлено различными видами в зависимости от того, какое основание подразумевает автор концепции. Для нас значимым будет тот факт, что интервью – жанр глубоко диалогичный, и чем конструктивнее будет беседа между журналистом и реципиентом, тем сильнее будет воздействие на аудиторию.

Таким образом, политическое интервью определяется нами как жанр политического дискурса, имеющий специфический диалогический характер. К актерам интервью относятся журналист (интервьюирующий), который задает направление интервью, политик (интервьюируемый), а также реальная или виртуальная аудитория, на которую адресована информация. Политическое интервью обладает тематической направленностью и имеет своей глобальной целью освещение актуальных экономических, политических, научных, социальных и других проблем.

1.2 Функциональная семантика риторического вопроса

1.2.1 Определение риторического вопроса

Риторический вопрос - это фигура речи, реализуемая в виде вопроса, на который предлагается задать вопрос, а не вызывать ответ. Хотя риторический вопрос не требует прямого ответа, во многих случаях он может быть предназначен для начала обсуждения или, по крайней мере, для

подтверждения того, что слушатель понимает предполагаемое сообщение. (Анисимова, Гимпельсон 2004:13)

Общим примером является вопрос: «Can't you do anything right» Вопрос, поставленный таким образом, предназначен не для того, чтобы узнать мнение слушателя, а скорее для того, чтобы подчеркнуть отсутствие интереса слушателя.

Сегодня нет единого мнения о том, что считается риторическим вопросом. К ним относятся следующие лингвистические факты:

1) Вопросы, которые имеют вопросительную структуру, но отображают утвердительную семантику, т. е. являются синтаксически вопросительными, но семантическими утверждениями.

Это определение относится к синтаксически-семантическому расхождению между их вопросительной формой и их утвердительной функцией.

2) Вопросы, которые проявляют противоположную полярность: положительный риторический вопрос подобен сильному отрицательному утверждению, а отрицательный риторический вопрос реализуется как сильное положительное утверждение. (Ene 1983:35)

Определение относится к полярности между формой и контентом.

3) Вопросы, которые имеют форму вопросов, но которые не ожидают ответа (Серио 1999:15);

Согласно этому определению, риторические вопросы не ожидают ответа. Например, «What difference does it make?», Которая может функционировать как «It makes no difference». (Ene 1983:35)

4) Вопросы, на которые сразу предоставляется ответ, или вопросы, ожидающие конкретного ответа, или вопросы, предлагающие слушающему предоставить ответ, который, по мнению докладчика, является очевидным.

Это определение выражает противоположный взгляд на предыдущее определение, так как оно ожидает конкретного ответа.

5) Вопросы, заданные не для получения информации, а для создания стилистического эффекта (Арутюнова, 1990: 19); вопросы, требующие внимания, ожидая, что аудитория будет полностью убеждена в соответствующем ответе. В этом определении в качестве критерия идентификации используется эффект, порождаемый риторическим вопросом.

6) Вопросы, которые утверждают то, что известно получателю и не могут быть опровергнуты (Stanton 1990:655). Автор подчеркивает степень знаний, которыми пользуются адресат и адресант.

7) Вопросы, которые приводят аргумент в вопросительной форме

Вопрос фокусируется на одной из важных функций риторических вопросов, а именно на аргументационной функции.

В приведенных выше определениях больше внимания уделяется синтаксическим и семантическим аспектам и меньше внимания прагматическим аспектам, связанным с взаимодействием адресата и адресанта.

Таким образом, несмотря на различие в характеристиках риторических вопросов, все они сконцентрированы на том, что риторический вопрос – это утверждение, которое, если и требует подтверждения от реципиента, то как поддержку мнения оратора.

Теперь обратим внимание на прагматический аспект воздействия риторических вопросов на собеседника. Другими словами, каковы мотивы использования говорящим риторического вопроса, какого эффекта он хочет добиться от слушающего. Согласно этому определению, риторические вопросы подразделяются на:

I. Собственно-риторические вопросительные предложения.

Прагматическая цель использования адресантом собственно-риторического вопроса заключается в усилении их воздействия на адресата по сравнению с синонимичными повествовательными высказываниями. Посредством собственно-риторического вопроса говорящий как бы подключает слушающего к мыслительному и речетворческому процессу, предоставляя ему

более активную роль в коммуникации и лучшее усвоение передаваемого ему сообщения. Особую прагматическую цель собственно-риторического вопроса, следовательно, можно разделить на следующие составляющие:

- 1) побудить слушающего самостоятельно найти ответ;
- 2) убедить его в единственно правильном ответе.

Хотя модифицированный в повествовательное предложение риторический вопрос не отличается высокой степенью эмоциональной интенсивности, зато четко видно, какие действия ожидает говорящий.

II. Несобственно-риторические вопросы

Сообщение, которое должен выражать несобственно-риторический вопрос, дается эксплицитно самим говорящим. А вопрос задается только для того, чтобы самому же и сообщить ответ. Такие риторические вопросы говорящий задает себе, чтобы самому и ответить на них. В отличие от собственно-риторического вопроса, здесь говорящий почти полностью исключает необходимость для слушающего самостоятельно найти ответ: он тут же предлагает его сам. Какого же эффекта добивается в таком случае говорящий? Во-первых, задавая вопрос, он привлекает внимание адресата. Во-вторых, отвечая на него, говорящий убеждает слушающего (читающего) в единственно правильном в данной ситуации решении. При этом последний лучше воспринимает сообщение. Иначе говоря, иллокутивная цель данного риторического вопроса – организовать адекватное восприятие сообщения слушающим, обеспечить для этого наилучшие условия. Тем самым говорящий усиливает свое воздействие на слушающего: улучшается усвоение последним сообщения и повышается убежденность в его правильности. Такая иллокутивная цель свойственна большинству несобственно-риторических вопросов. В.А. Григорьев отмечает еще одну их особенность. Речь идет о «полифоническом значении» большинства из них. Это означает, что слушающий должен был бы сам поставить вопрос, который ему задает

говорящий. То есть говорящий не просто подготавливает слушающего к восприятию новой информации, но и представляет дело так, как будто потребность в ней возникла сама у адресата. Речь идет о все том же подключении адресата к речетворческому акту.

III. Игноративные риторические вопросы

Вопросы этого типа всегда содержат в себе однозначное сообщение, а именно: говорящий объявляет свою некомпетентность относительно предмета вопроса. В данном случае адресата не побуждают к ответу. Цель говорящего – воздействовать на адресата через сообщение эмоций по поводу предмета незнания, чтобы побудить адресата к совершению какого-либо акта. (Григорьев В. А. 1987:26)

Итак, подведем итог. Риторические вопросы занимают в системе вопросительного предложения совершенно особое положение. Несмотря на то, что формально они представляют собой вопросительные предложения, коммуникативной целью таких вопросов является не запрос информации и побуждение адресата к ответу, а привлечение его внимания к информации, представляющей собой ответ на сам вопрос. Иными словами, с риторическим вопросом связывается не выражение вопроса, а осуществление другого речевого акта (например, акт сообщения информации, акт выражения негодования, удивления, упрека и т.д.). С точки зрения теории речевых актов такие высказывания именуются косвенными речевыми актами. Сознательный выбор говорящим риторического вопроса связан, по-видимому, с тем, что имплицитный, завуалированный, способ выражения своего намерения (утверждение, побуждение, требование под видом вопроса) является более экспрессивным и эффективным средством вызвать у собеседника определенную реакцию, побудить его к определенным действиям и добиться, таким образом, желаемой цели.

1.2.2 Проблема представления риторического вопроса

Представление риторического вопроса опирается на четыре отличительных особенностей, разделяемых всеми риторическими вопросами.

Это:

1) Расхождение между формой и функцией риторических вопросов

Как правило, несоответствие между формой и функцией возникает из-за отсутствия соответствия между типом предложения (декларативным, вопросительным, императивным) и типом речевого акта (утверждение, вопрос, команда). Декларативные предложения не всегда действуют как утверждения, вопросительные предложения как вопросы и императивные предложения в качестве команд. В следующем примере нет прямой корреляции между вопросительной формой высказывания и ее функцией в качестве вопроса:

*Why didn't people die when they were supposed to? Now, some of them were farmers who said, "well, we have experts tell us what'll grow and won't grow, and the experts are wrong. So doctors said I'll be dead in six months. I said **what does he know?** He's only an expert (Ene 1983:35)*

Хотя формально вопрос является вопросительным предложением, и он должен начинаться с вопросительного слова. Поскольку этот вопрос используется риторически, он представляется, однако, вполне подходящим в этом случае, то есть подразумевать конкретный ответ «ничего», исключая все другие ответы.

Говорящий явно убежден, что врач ничего не знает, потому что он только эксперт. Расхождение между формой и функцией риторического вопроса используется для усиления его последствий и эффекта. В монологах риторический вопрос используется для сохранения этой диалогической особенности задавать вопрос и подразумевать его ответ в то же время.

2) Изменение полярности между риторическим вопросом и его подразумеваемым ответом. Положительные риторические вопросы обычно

подразумевают отрицательные ответы, а отрицательные риторические вопросы подразумевают положительные ответы.

Can it be right to exclude them [eastern European countries] from the Community because of an intricate network of barriers constructed in the name of "social policy"? (Ene 1983:37)

3) Непостижимость и исключительность ответа на риторический вопрос. Сообщение риторических вопросов не передается явно. Адресат должен вывести единственный подразумеваемый ответ, который исключает все другие ответы. Эта задача непростая, поскольку риторический вопрос не связан с объективной информацией, а скорее субъективной оценкой информации. Кроме того, несмотря на контекстные подсказки и общие знания, адресат не всегда может вывести предполагаемое значение, особенно когда речь идет об эмоциональном обертоне.

Historically, did women suffer injustice at Columbia? Yes – and at every other such institution in the country. Is there now, in the Columbia English department, prejudice against women, whether feminists or not? Rubbish. (Ene 1983:39)

4) приверженность адресата неявному ответу

Риторические вопросы, ожидающие определенного ответа, который уже известен адресату. Но анализ ответов на эти типы вопросов покажет, что между ними существуют весомые различия между адресатом и адресантом.

Таким образом, риторические вопросы не рассматриваются с целью получения вербализованного ответа. Адресант хочет косвенно передать свою приверженность конкретному ответу. Кроме того, адресант ожидает, что адресат будет признавать и соглашаться с этим обязательством. Риторические вопросы используются, чтобы влиять на разум адресата. Приверженность адресата конкретному ответу основана на оценке информации, известной адресату. Это обязательство основано на различных типах оценки информации: суждение, предложение, жалоба и заключение.

1.3. Лингвистический аспект изучения аргументации

Аргументация предполагает, что аргументатор должен полностью доказать свою точку зрения и убедить/переубедить своего оппонента. Хотя аргументация — это явление использования языка, ее нельзя рассматривать с точки зрения только лингвистики так как необходимо раскрывать логическую структуру текста, т. е. схему, посредством которой и осуществляется аргументация.

Аргументация, согласно Х. Перельману, образует сложный текст, обращенный к самым различным группам слушателей. Аргументы сами могут вступать в взаимодействие и аудитория может их использовать как новый вид аргументации. Интеракционный характер этого подхода связан с диалогичностью и с постоянным обменом мнениями, аспектами представления про-и контраргументов. Несмотря на апелляцию к теории речевых актов, подчеркивается различие между актами аргументации и другими речевыми актами, так как аргументация требует наличия более одного высказывания, и она обязательно должна иметь интеракционный характер. Разрешение спора соответствует четырем «диалектическим фазам» модели критической дискуссии:

- 1) стадия конфронтации (установление факта существования спора);
- 2) стадия открытия дискуссии (происходит распределение ролей на место антагониста и протагониста);
- 3) стадия аргументации (происходит столкновение мнений);
- 4) заключительная стадия (устанавливается вид разрешения спора в пользу одной из сторон).

Аргументативный дискурс как никакой другой способен формировать ментальные структуры. А.Г. Гурочкина указывает на основную цель аргументации: «основной целью аргументативного дискурса является не

только обмен информацией, но, главным образом, обоснование или опровержение некоторого положения (тезиса) для восприятия и принятия его индивидуальным или коллективным реципиентом» (Гурочкина 2010: 12). Это явление обнаруживается, прежде всего, в возможности транслировать при помощи речи свои позиции, противопоставлять их оппоненту.

В настоящее время ряд исследователей ораторского искусства (И.А. Стернин, Е.А. Юнина, Г.М. Сагач), которые стремятся популяризировать знание логики, выделяют сильные и слабые аргументы, которые могут быть задействованы в аргументативном дискурсе.

Высказывания, выдвинутые в процессе аргументации, являются обоснованиями, или как их предпочтительно называть, аргументами, относящимися к доказываемому положению. Франс Х. ван Еемеерен и Р. Гроотендорст выделяют следующие виды аргументов:

1. научные аксиомы – положения, не требующие доказательства, научность которых не следует обосновывать.
2. положения законов и официальных документов – документы, которые закреплены юридически в определенном государстве и которые также не следует доказывать, так как доказательство в данном случае понимается как нецелесообразное.
3. законы природы, выводы, подтвержденные экспериментально;
4. заключения экспертов;
5. цитаты из авторитетных источников. Естественно, данный аргумент будет весомым только в том случае, когда аргументация знакома с автором суждений и он представляет авторитет.
6. показания очевидцев;
7. статистические данные. (Франс Х. ван Еемеерен и Р. Гроотендорст 1992:17)

При обращении к процессу аргументации в высказывании дается указание на порядок следования аргументов, на переформулировку тезисов

или предшествующих аргументов. Например, с помощью таких высказываний, как First, Secondly, In other words. Сопоставление аргументов и типов аргументации позволяет создавать комплексный аргументативный анализ политического диалога. (Третьякова Т.П. 2004)

Помимо стереотипных фраз, выделяются типы аргументов и стереотипные схемы аргументации. К ним относятся схемы, отражающие симптоматические отношения, отношения сходства, основанные на аналогии, и «активные» отношения при попытках убедить аудиторию с помощью определения отношений между посылкой и высказываемой точкой зрения. Схемы, виды аргументов и типовые фразы, лежащие в основе текстов политических дискуссий, создают разные уровни стереотипности. В политическом диалоге текстов Палаты Представителей конгресса США, например, можно возможно выделить следующие типы аргументов:

1) *Убеждение*, целью которого является достижение взаимопонимания, необходимого для совместной деятельности участников политического диалога. Убеждение осуществляется через информирование, вводимое предикатами, обозначающими когнитивную деятельность человека (see, observe, indicate, find, examine).

2) *Обоснование*, т. е. введение фактической аргументации, объяснения (для интерпретации уже принятого сообщения) или подтверждения (сообщение об источнике получения знания, но без дополнительного коммуникативного фокуса).

3) *Оценка* представлена речевыми актами утверждения, предположения, одобрения/неодобрения, а также комментирующими высказываниями эмоционально-оценочного свойства — радости, разочарования, гнева, сожаления. (Третьякова Т.П. 2004)

Рассматривая различные аргументы в политическом дискурсе необходимо обратить внимание на способы соединения отдельных высказываний в единое

целое в процессе вербальной коммуникации. Согласно общей теории высказываний Л. П. Чахоян, выделяется целый ряд КС (Коммуникативных структур). КС могут быть основаны на процессе противопоставления, альтернации, на установлении говорящим причинно-следственной связи. Также Кс основываются на различных типах соотнесенности по психологическим параметрам, а также по отдельным элементам актуального членения. (Л.П. Чахоян 1988:139) Предложенная выше методика выделения сложных высказываний лежит в основе анализа примеров в исследовательской части данной работы.

Рассматривая аргументацию в тесной связи с логикой, следует также обратить внимание на логический словарь-справочник под редакцией Н.И Кондакова. Значительная часть словаря посвящена статьям об основных понятиях таких смежных с логикой дисциплин как языкознание, психология и риторика. В данном словаре приведена обширная классификация типов аргументов. Изложена эта классификация на латинском языке, расшифровка представлена на русском языке. При написании практической части данной работы, классификации из словаря под ред. Кондакова было уделено особое внимание.

Вывод к главе 1

Проведенный анализ теоретической литературы позволил сделать следующие выводы:

1. Политическая риторика неразрывно связана с подбором аргументации. С ее помощью становится возможным логично расположить части в речи политика, а также определить, какие языковые средства следует использовать для донесения до аудитории содержания выступления или реплики. По этим причинам, рассмотрение политической риторики является логичным в связи с рассмотрением политического дискурса в рамках данной работы.
2. Политический дискурс-это понятие, возникающее на пересечении политической риторики и политической коммуникации. Целью политического дискурса является отстаивание позиций самого политического деятеля, посредством формирования мнения аудитории. В таком случае реализуется текст, отвечающий ситуативным и прагматическим контекстам, включающий специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса.
3. Политическое интервью определяющееся нами как жанр политического дискурса, имеет специфический диалогический характер. Под акторами интервью подразумеваются журналист, который задает направление интервью, политик, а также реальная или виртуальная аудитория, к которой адресована информация. Политическое интервью обладает тематической направленностью и имеет своими целями освещение актуальных политических проблем, а также влияние на аудиторию.
4. Риторический вопрос рассматриваются в данной работе как вопрос, целью которого не является получения вербализованного ответа. Риторические вопросы используются говорящим, чтобы влиять на разум адресата, тем самым приобретая аргументационный потенциал. Использование говорящим риторического вопроса связано с тем, что имплицитный, завуалированный,

способ выражения своей мысли является более экспрессивным средством побуждения собеседника к определенной реакции.

5. Аргументация понимается как одно из проявлений речевого общения, которое является неотъемлемой частью социального взаимодействия людей. Аргументация состоит из ряда речевых актов, которые предназначены для того, чтобы обосновать или опровергнуть определенную точку зрения относительно выраженного мнения, и направлены на то, чтобы убедить аудиторию в приемлемости или неприемлемости определенной точки зрения. Таким образом, в рамках данной работы особое внимание уделяется теории аргументации, представленной, Франс Х. ван Еемереном и Р. Гроотендорстом, а также классификации аргументов, приведенной в логическом словаре-справочнике под ред. Кондакова, так как данные подходы позволяют максимально эффективно исследовать аргументативный потенциал.

Глава 2. Роль риторических вопросительных высказываний в политическом интервью

В настоящем исследовании мы рассматриваем аргументативный потенциал риторических вопросов в современном американском политическом интервью. Исследование строится на предположении о том, что риторические вопросы в аргументативных структурах имеют функциональное значение. Напомним, что под риторическим вопросом мы понимаем коммуникативную структуру, не требующую прямого ответа, во многих случаях предназначенную для начала обсуждения или для подтверждения того, что слушатель понимает предполагаемое сообщение.

В результате проведенного функционально-семантического анализа риторических вопросов в американском политическом дискурсе, удалось установить следующие семантические группы:

2.1 Единичные коммуникативные структуры

2.1.1 Верификативные вопросы

Риторические вопросительные высказывания, на которые гипотетически можно дать либо положительный, либо отрицательные ответ, называются верификативными. В ходе исследования было выявлено 5 таких примеров.

1) *DO YOU THINK THE UK SHOULD HAVE VETOED IT?*

MR. TRUMP: Well, the UK may have another chance to veto if what I'm hearing is true, because you know you have a meeting as you know, this weekend. And there are a lot of bad stories being circulated. The problem I have is that it makes it a tougher deal for me to negotiate because the Palestinians are given so much — even though it's not legally binding it's psychologically binding and it makes it much tougher for me to negotiate. **You understand that?** Because people are giving away chips, they're giving away all these chips.

В данном примере риторический вопрос «**You understand that?**» используется с целью проверки внимания, а также для усиления

коммуникативного намерения. Таким образом реплика политика приобретает экспрессивность. Коммуникативная структура в данном случае включает в себя кроме самого вопроса также предложения до и после него, что делает ее КС с последовательной номинацией отдельных семантических элементов. Данный тип КС может быть назван эмотивным, что еще раз подтверждает, что основной функцией данного риторического вопроса является создание экспрессивного оттенка.

2) *KERNEN: Can you give me any indication which way you're leaning? Because there's a lot of people, lot of the CEOs that have been on here, they all seem to acknowledge that it's 30 years later and there's a lot of changes that make a lot of sense, but to not abandon the deal. We ...*

*PRESIDENT TRUMP: Hey Joe, we have a trade deficit with Mexico. **Mexico, \$71 billion a year, right?** We have a trade deficit with Canada of a substantial amount of money. I have a number but they keep arguing, they keep saying no — so I won't say it. **I won't tell you it's \$17 million, OK?** We have a trade deficit with Canada. We have a massive trade deficit with Mexico. Got to do something. We can't continue to do this.*

Данный пример реализуется как цепь риторических вопросов, разделенных иными предложениями. Оба выделенных вопроса – « **Mexico, \$71 billion a year, right?**» и « **I won't tell you it's \$17 million, OK?**». Реализуются одновременно как контактоустанавливающие и верифитивные. Коммуникативная структура в данном случае включает в себя кроме самого вопроса также предложения до и после него, что делает ее КС с последовательной номинацией отдельных семантических элементов. В русле вопроса миграции перед нами раскрывается эмотив, который передает отношение к мексиканским проблемам и вопросу границ США.

Итак, из приведенного выше анализа можно сделать вывод, что верификативные вопросы, встречающиеся в американских политических интервью достаточно редко, имеют аргументативный потенциал в рамках политического дискурса.

2.1.2 Апеллятивные

В отдельную подгруппу были выделены риторические вопросительные высказывания, с помощью которых осуществляется обращение и привлечение внимания участников коммуникации к чему-либо. Такие вопросы называются апеллятивными. В ходе исследования было выявлено 8 таких примеров.

- **К мнению**

Вопросы с апелляцией к мнению встретились в ходе анализа примеров 2 раза.

- 3) After the journalist called President Putin a murderer, Trump said: «There are so many killers, we also have many killers. **Do you think that our country is so innocent?**»

Данный риторический вопрос следует после высказывания, состоящего из двух констатирующих единиц, построенных на повторении ремы «many killers», что дает нам основание классифицировать данную коммуникативную структуру как структуру, основанную на установлении причинно-следственной связи. Данный пример иллюстрирует риторический вопрос, аргументативный потенциал которого заключается в апеллятивности «довода к человеку» (ARGUMENTUM AD HOMINEM) по поводу мнения собеседника. Также хотелось бы обратить внимание на роль частицы «so» в риторическом вопросе. Она используется говорящим для усиления значения последующего прилагательного и добавления экспрессивности всему высказыванию.

- 4) *DAVID MUIR: Are you at all concerned -- are you at all concerned it's going to cause more anger among Muslims*

PRESIDENT TRUMP: Anger?

DAVID MUIR: ... the world?

*PRESIDENT TRUMP: There's plenty of anger right now. **How can you have more?***

Данный пример иллюстрирует риторический вопрос «**How can you have more?**», аргументативный потенциал которого заключается в апеллятивности «довода к человеку» (ARGUMENTUM AD HOMINEM) по поводу мнения

собеседника. Риторический вопрос становится следствием ремы «There's plenty of anger right now.», вопрос продолжает структуру причинно-следственной связи. Лексема «more» в риторическом вопросе усиливает прилагательное plenty, которое реализуется как экспрессив.

- **К отношению (реляционные)**

Вопросы с апелляцией к отношению встретились в ходе анализа примеров 1 раз.

- 5) *PRESIDENT TRUMP*: I would do -- I wanna keep our country safe. I wanna keep our country safe.

DAVID MUIR: What does that mean?

PRESIDENT TRUMP: When they're shooting -- when they're chopping off the heads of our people and other people, when they're chopping off the heads of people because they happen to be a Christian in the Middle East, when ISIS is doing things that nobody has ever heard of since Medieval times, **would I feel strongly about waterboarding?** As far as I'm concerned we have to fight fire with fire....

Данный пример иллюстрирует риторический вопрос «**would I feel strongly about waterboarding?**», аргументативный потенциал которого, несмотря на ставку на отношение заключается в апеллятивности «довода к человеку» (ARGUMENTUM AD HOMINEM) по поводу мнения собеседника. Экспрессивное высказывание позволяет более полно раскрыть особенности восприятия Президентом ИГИЛ и отношения к нему через апелляцию к эмоциям.

- **К знанию (эпистемистические)**

Вопросы с апелляцией к знаниям встретились в ходе анализа примеров 3 раза.

- 6) *AP*: If you don't have a funding stream, your message to your base is what?

TRUMP: That's a tremendous achievement. ... Look at this, in 100 days, that down to the

lowest in 17 years and it's going lower. Now, people aren't coming because they know they're not going to get through, and there isn't crime. **You know the migration up to the border is horrible for women, you know that?** (Unintelligible.) Now, much of that's stopped because they can't get through.

В данном примере невозможно не заметить стилистически экспрессивно окрашенный риторический вопрос. Данный эффект был достигнут за счет повторения словосочетания «you know». Именно это словосочетание и дает нам понять, что аргументативностью данного риторического вопроса является апелляция к знанию. Можно определить данный риторический вопрос как ARGUMENTUM A POSTERIORI, иными словами, аргументативность его опирается на данный опыта, практики (словарь под ред. Кондакова). Коммуникативная структура в данном примере объединяет риторический вопрос с последующим утверждением.

- 7) *TRUMP*: Obama worked so hard. They had 60 in the Senate. They had big majorities and had the White House. I mean, ended up giving away the state of Nebraska. They owned the state of Nebraska. Right. Gave it away. Their best senator did one of the greatest deals in the history of politics. **What happened to him?** But I think we are going to do O.K.

В приведенном примере функционирует риторический вопрос «**What happened to him?**». Он обращен как к аудитории, так и к собеседнику. Выражение the greatest deals in the history of politics. Не только указывает на эмоциональную характеристику политика, но и обращается к знаниям участников диалога. Можно определить данный риторический вопрос как ARGUMENTUM A POSTERIORI, так как, аргументативность его опирается на данные опыта, практики (словарь под ред. Кондакова). Коммуникативная структура в данном примере реализована на противопоставлении.

- 8) *KERNEN*: You don't think they'll do it ...

PRESIDENT TRUMP: No. Because you look at every poll, it said they made a mistake.

KERNEN: Where's the movement going to come?

PRESIDENT TRUMP: I don't want to say Schumer got badly beaten. Why should I do that? I'm negotiating with someone — I'm not going to say he got badly beaten. But you look at what happened. The people want security and they want DACA taken care of. But more importantly, they want security, they want the borders strong, they want to have a strong border. But more importantly, they want security, they want the borders strong, they want to have a strong border. They don't want to have MS-13 coming into our cities. **You know how many of these people were getting out?** These are horrible, horrible human beings.

В приведенном примере функционирует два риторических вопроса, но мы рассмотрим только один «**You know how many of these people were getting out?**». Он обращен как к аудитории так и к собеседнику. События, отраженные в примере до риторического вопроса указывают на знание ситуации собеседниками «They don't want to have MS-13 coming into our cities.». Аргументативность данного риторического вопроса опирается на данные опыта, практики, что согласно словарю под ред. Кондакова является ARGUMENTUM A POSTERIORI, Коммуникативная структура в данном примере реализуется на основе причинно-следственных отношений.

- **К ситуации (референциальные)**

Вопросы с апелляцией к ситуации встретились в ходе анализа примеров 2 раза.

9) *AP*: You seem like you enjoyed it.

TRUMP: I did. I did. I believed in it and I enjoyed it. It was a great feeling to introduce the wife of a great young soldier who died getting us very valuable information. **Have you seen the tremendous success we've had in the Middle East with the ISIS (an abbreviation for the Islamic State group)?** When (current Iraqi Prime Minister Haider al) Abadi left from Iraq, he said Trump has more success in eight weeks than Obama had in eight years. ... We have had tremendous success, but we don't talk about it. We don't talk about it.

Данный референциальный риторический вопрос «**Have you seen the tremendous success we've had in the Middle East with the ISIS?**» является аргументом к ситуации, в данном случае, мы видим пример ARGUMENTUM

AD REM (словарь под ред. Кондакова). Аргументативность данного риторического высказывания заключается в основании на подлинных обстоятельствах дела, подтвержденных практикой. Данный вывод можно сделать обратившись к контексту. Усиление коммуникативного намерения в данном примере выражено использованием интервьюируемого в своей реплике слова «tremendous», что несет функцию экспрессивности.

10) *WELL, THE PM WANTS TO GET A STRONG DEAL WITH THE US.*

TPAMП: Well, we're gonna get a trade deal. **Well, how is our Nigel doing?** I like him, I think he's a great guy, I think he's a very good guy and he was very supportive. He'd go around the US — he was saying Trump's gonna win. He was one of the earliest people that said Trump was gonna win. So, he's gotta feel for it. Michael, you should've written that we were gonna win.

Данный референциальный риторический вопрос «**Well, how is our Nigel doing?**» является характеристикой ситуации и реализуется как пример ARGUMENTUM AD REM (словарь под ред. Кондакова). Аргументативность подчеркивает качества описываемого человека, но это обращение к ситуации его работы, к особенностям подачи им информации. Усиление коммуникативного намерения в данном примере реализуется выражением личностного отношения – указанием на то, что работник нравится.

Итак, ходе анализа примеров было выявлено 8 апелляционных риторических вопросов, среди которых были выделены апелляции к мнению, к отношению, к знанию и к ситуации. В апелляционных риторических вопросах зачастую усилен коммуникативный эффект, что говорит о их высоком аргументативном потенциале в политическом дискурсе.

2.1.3 Эмотивные

В отдельную подгруппу были выделены риторические вопросительные высказывания, которые посредством языкового выражения передают эмоциональность. Такие вопросы называются эмотивными. В ходе исследования было выявлено 4 таких примера.

- **Негодование, недовольство**

Вопросы, выражающие негодование встретились в ходе анализа примеров 2 раза.

11) *AP: CROWDSTRIKE?*

TRUMP: That's what I heard. I heard it's owned by a very rich Ukrainian, that's what I heard. But they brought in another company to investigate the server. **Why didn't they allow the FBI in to investigate the server?** I mean, there is so many things that nobody writes about. It's incredible.

Данный референциальный риторический вопрос выражен вопросительно-отрицательной структурой и является характеристикой ситуации и реализуется как пример ARGUMENTUM AD REM (словарь под ред. Кондакова). Аргументативность подчеркивает ситуацию запрета доступа ФБР к информации. В приведенном примере реализуется КС причинно-следственной связи.

- **Удивление**

Вопросы, выражающие удивление встретились в ходе анализа примеров 1 раз.

12) *TRUMP:* I think we (Mr. Putin and I) get so along very well and I think that's a good thing.

People said: «Oh, they shouldn't get along.» **Well, who are the people that are saying that?** I think we get along very well.

Риторический вопрос в этом примере является характеристикой ситуации и реализуется в аппелятивности «довода к человеку» (ARGUMENTUM AD HOMINEM) по поводу мнения собеседника. Предполагается, что собеседник поддерживает мнение Президента о «ничтожности» тех людей. В примере реализуется КС противопоставления.

- **Создание комического эффекта**

13) *TRUMP:* But President Xi, from the time I took office, he has not, they have not been currency manipulators. Because there's a certain respect because he knew I would do something or

whatever. But more importantly than him not being a currency manipulator the bigger picture, bigger than even currency manipulation, if he's helping us with North Korea, with nuclear and all of the things that go along with it, who would call, what am I going to do, say, **“By the way, would you help us with North Korea?”** And also, you're a currency manipulator.” It doesn't work that way.

Данный пример иллюстрирует риторический **вопрос «By the way, would you help us with North Korea?»**, аргументативный потенциал которого заключается в аппелятивности «довода к человеку» (ARGUMENTUM AD HOMINEM) по поводу мнения собеседника. Данный риторический вопрос следует после высказывания, состоящего из двух констатирующих единиц, построенных на повторении ремы «North Korea», что дает нам основание классифицировать данную коммуникативную структуру как структуру, основанную на установлении причинно-следственной связи. Также хотелось бы обратить внимание на роль обращения «By the way, would you help us» в риторическом вопросе. Она используется для создания комического эффекта в общении.

Итак, ходе анализа примеров было выявлено 4 эмотивных риторических вопроса, среди которых были выделены выражения, имеющие экспрессивную окраску негодования и удивления. Также был выявлен пример использования риторического вопроса для создания комического эффекта. Эмотивные вопросы всегда экспрессивно окрашены, что говорит о их высоком аргументативном потенциале в политическом дискурсе

2.1.4 Идентифицирующие

Представляют собой такие коммуникативные структуры, в которых риторический вопрос задается для установления признака, присущего определенному объекту/личности/событию, выражающий его свойства, характеризующий объект/личность/событие определенным образом. При анализе примеров было выявлено 9 идентифицирующих вопросов.

14) *PRESIDENT OBAMA* [OVERLAP] - **Well, why-why aren't we funding it?** The, uh, when it comes — comes to something like basic research to keep our innovation edge. That's the thing that sent the man to space, that's the thing that created the internet. Why aren't we — why aren't we funding

В данном примере нашему вниманию представлен риторический вопрос «**Well, why-why aren't we funding it?**», который является идентифицирующим. Данную коммуникативную структуру можно охарактеризовать как структуру с добавочной тематизацией семантических элементов (классификация Л.П. Чахоян). Аргументативность вопроса состоит в том, что данная КС введена в речь политика соответствующими предложениями, позволяющими понять мысль, а после дан развернутый ответ на заданный политиком же вопрос. Хотелось бы также обратить особое внимание на повтор «why-why», в вопросе. Он позволяет создать акцент на сути вопроса, передать его значимость.

15) *OBAMA*: -- we don't know yet who's doing it. Understand, by definition, Bill, when somebody is attacking our compound...

O'REILLY: Yes?

OBAMA: -- that's an act of terror, which is how I characterized it the day after it happened. So the -- **so the question ends up being who, in fact, was attacking us?** The notion that we would hide the ball for political purposes when, a week later, we all said, in fact, there was a terrorist attack taking place the day after, I said it was an act of terror, that wouldn't be a very good cover-up.

В данном примере нашему вниманию представлен риторический вопрос «**so the question ends up being who, in fact, was attacking us?**», который является идентифицирующим. Данную коммуникативную структуру можно охарактеризовать как структуру с добавочной тематизацией семантических элементов (классификация Л.П. Чахоян). Рема дана в предложении, которое предшествует вопросу. КС причинно-следственной связи

16) *HOW IS BEING PRESIDENT GOING TO CHANGE HOW YOU OPERATE?*

TRUMP: Ya know this is a very, very big change — I led a very nice life and ya know successful and good and nice and this is a lot different — but ya know my attitude on that is when you're president, you're in the White House which is a very special place — you're there for a limited period of time — **who wants to leave?**

В данном примере нашему вниманию представлен риторический вопрос «**who wants to leave?**». Коммуникативная структура в данном случае включает в себя кроме самого вопроса также предложения до него, что делает ее КС с последовательной номинацией отдельных семантических элементов. Данный тип КС может быть назван эмотивным, что еще раз подтверждает, что основной функцией данного риторического вопроса является создание экспрессивного оттенка.

17) *OBAMA*: And if we got there and we looked up and we said, “You know what? Black folks are still doing a little bit worse off than whites, but it's not like it was 20 years ago,” then we can have a discussion about how do we get that last little bit. But that's a high-class problem to have. **And to me the question right now is: How do I close that first three-quarters of the achievement gap, education gap, wealth gap? What gives me the best chance to do that?** And I'm pretty darn sure that if America is a just society and treating people well right now, irrespective of past wrongs, that I'm going to close a big chunk of that gap. I've seen it.

Данный пример содержит в себе два спаянных риторических вопроса «**And to me the question right now is: How do I close that first three-quarters of the achievement gap, education gap, wealth gap? What gives me the best chance to do that?**». Рема стоит перед риторическим вопросом и обращает внимание на проблемы чернокожих и на действия, которые совершаются президентом. Последующее предложение дает ответ на поставленный вопрос, подчеркивая мнение Президента, а также и то, что делается в ситуации взаимодействия с данными кругами населения. КС причинно-следственной связи

Итак, из приведенного выше анализа можно сделать вывод, что идентифицирующие риторические вопросы, встречающиеся в американских политических интервью достаточно часто, имеют аргументативный потенциал в рамках политического дискурса.

Таким образом, в процессе анализа риторических примеров, представленных единичными коммуникативными структурами, встретились следующие типы аргументов согласно классификации, представленной в словаре под ред. Кондакова: ARGUMENTUM AD HOMINEM, что является апелляцией к мнению собеседника, ARGUMENTUM AD REM-апелляция к доподлинно известному факту и ARGUMENTUM A POSTERIORI, представляющий апелляцию к данным опыта и практики.

2.2 Комплексные коммуникативные структуры

К комплексным коммуникативным структурам было принято решение отнести структуры, состоящие из двух и более риторических вопросов, а также структуры, состоящие из утверждения с последующим вопросом, то есть вопросы с контрастирующей антиципацией. Также к ККС были отнесены псевдиалоги. Данные структуры в ходе анализа примеров встретились 43 раз.

2.2.1 Псевдиалоги

Представляют собой такие комплексные коммуникативные структуры, в которых говорящий на поставленный вопрос сам дает ответ. Вопросительное высказывание в этом случае мы считаем риторическим вопросом. При анализе примеров было выявлено 3 типа псевдиалогов: с вопросами, характеризованными, как верификативные, идентифицирующие и апеллятивные. Рассмотрим примеры в каждой из этих подгрупп более подробно.

- **С идентифицирующими вопросами**

В ходе анализа, было выявлено 9 риторических вопросов, охарактеризованных как идентифицирующие вопросы в псевдиалогах.

18) *O'REILLY - THAT'S INTERESTING — NIXON — THAT'S INTERESTING. I THOUGHT YOU WERE GONNA SAY FDR.*

PRESIDENT OBAMA - Well, FDR — Johnson. **But I tend not to think about these things in terms of liberal and democrat — or liberal and conservative because at any given time, the question is what does the country need right now?** And what — right now what the country needs is, uh, roads, bridges, uh, infrastructure, we-we got 2 trillion dollars worth of, uh, unmet needs

Данный пример псевдиалога содержит в себе риторический вопрос «**But I tend not to think about these things in terms of liberal and democrat — or liberal and conservative because at any given time, the question is what does the country need right now?**». Ремой данному вопросу является сообщение о том, что политические противники исходят из «текущих», а не «глобальных» проблем. «**in terms of liberal and democrat**». Перед нами структура с добавочной семантизацией. Последующее высказывание дает ответ на поставленный вопрос, противопоставляя мнение политика представителям других политических кругов. Обратим также внимание на конструкцию «**tend not to think**», которая указывает на личностное высказывание — то, что говорится в тексте относится только к Президенту.

19) *PRESIDENT TRUMP*: They weren't shot at the speech (of B. Obama). But they were shot in the city of Chicago during his speech. **What -- what's going on?** So, all I'm saying is to the mayor who came up to my office recently -- I say, "You have to smarten up and you have to toughen up because you can't let that happen. That's a war zone."

Данный пример содержит в себе риторический вопрос «**What -- what's going on?**», который является идентифицирующим. Для Президента важным становится подчеркнуть последующую мысль, связав воедино все повествование. Данную коммуникативную структуру можно охарактеризовать как структуру с добавочной тематизацией семантических элементов (классификация Л.П. Чахоян (Л.П. Чахоян 1988:139)). Ремой

становится высказывание, которое предшествует вопросу. Повтор вопросительного слова реализуется для того, чтобы подчеркнуть информацию, которая последует за вопросом, а также передать эмоциональность речи.

20) *OBAMA*:...With respect to my priorities when I leave, it is to build that next generation of leadership; organizers, journalists, politicians. I see them in America, I see them around the world, 20-year-olds, 30-year-olds who are just full of talent, full of idealism. **And the question is how do we link them up? How do we give them the tools for them to bring about progressive change?** And I want to use my presidential center as a mechanism for developing that next generation of talent....

Данный пример псевдиалога содержит в себе два спаянных риторических вопроса «**And the question is how do we link them up? How do we give them the tools for them to bring about progressive change?**». Ремой является высказывание, стоящее перед риторическим вопросом, которое обращает внимание на проблемы молодежи, вопросы молодежи, которые обращены к политику. Последующее высказывание дает ответ на поставленный вопрос, подчеркивая мнение Президента, а также и то, что делается в ситуации взаимодействия с данными кругами населения. Хотелось бы также обратить особое внимание на метакоммуникативное высказывание «the question is», предшествующее вопросу. Использование данного словосочетания позволяет говорящему управлять содержательной стороной диалога.

21) *BERNIE SANDERS*: Look, there is no magical solution. But the ideas that I am presenting will go a long long way to expand the middle class of this country, raise wages and bring more income and wealth equality. **So what are we doing?** For a start, we are recognising the fact that real unemployment in this country is not 5%, it's 10%. Before you can address the problem, you have to recognise it.....

В данном примере псевдиалога нашему вниманию представлен риторический вопрос «**what does the country need right now?**». Данную

коммуникативную структуру можно охарактеризовать как структуру с добавочной тематизацией семантических элементов (классификация Л.П. Чахоян(Л.П. Чахоян 1988:139)). Ремой в данном примере является утверждение, предшествующее вопросу. Аргументативность вопроса состоит в том, что данная КС введена в речь политика соответствующими предложениями, позволяющими понять мысль, а после дан развернутый ответ на заданный политиком же вопрос. Использование данного словосочетания.

- **С верификативными вопросами**

В собранном материале было выявлено 9 примеров псевдиалогов, в которых зачином был верификативный вопрос..

22) *WSJ: and a question on china for you, just to follow up on nafta, withdrawal is still on the table for you?*

MR. TRUMP: If we don't make the right deal, **I will terminate Nafta. OK? Now, do I want to?** **No**, I'd rather leave it, but I feel that if that if—you know, the United States has been treated very, very badly. That has been a terrible agreement for us, and if we don't make a good deal for our country—we lose \$71 billion in trade deficits with Mexico. We lose \$17 billion with Canada. If we don't make a fair deal for the United States and the United States taxpayer, then I will terminate it.

В данном примере верификативных псевдиалогов можно увидеть комплекс, состоящий из двух риторических вопросов. Если придерживаться установленной классификации, данный пример было бы логичнее отнести к параграфу 2.2 (Комплексные коммуникативные структуры. Разные вопросы), однако мы не сделали этого намеренно. Дело в том, что первое вопросительное высказывание здесь «**I will terminate Nafta. OK?**» лишь косвенно можно отнести к риторическим вопросам. Оно скорее является речевым клише и употреблен здесь интервьюируемым политиком намеренно, с целью проверки внимания интервьюирующего. Второй вопрос «**Now, do I want to?**» представляет собой верификативный риторический вопрос, аргументативный потенциал которого заключается в желании политика выразить свое мнение

касательно обсуждаемой темы посредством вопроса самому себе. Данная коммуникативная структура, состоящая из вопроса и достаточно развернутого ответа основана на установлении говорящим причинно-следственной связи.

23) *TRUMP: I do respect him but —*

O'REILLY: Do you? Why?

TRUMP: Well, I respect a lot of people but that doesn't mean I'm going to get along with him. He's a leader of his country. I say it's better to get along with Russia than not. And if Russia helps us in the fight against ISIS, which is a major fight, and Islamic terrorism all over the world — that's a good thing. **Will I get along with him? I have no idea.**

Данный пример представлен риторическим вопросом «Will I get along with him? I have no idea.». Вопрос «**Will I get along with him?**» представляет собой верификативный риторический вопрос, аргументативный потенциал которого заключается в желании политика выразить свое мнение касательно обсуждаемой темы посредством вопроса самому себе. Ответ следует за вопросом. Последующий ответ опирается на структуру причинно-следственной связи, и, хотя представлен односложной, а не развернутой структурой, являет собой очевидный пример стремления подчеркнуть собственную мысль.

24) *PRESIDENT OBAMA - No, the uh — but the reason we don't do them is because we're not willing to make decisions, for example, uh, our tax code is rife with loopholes —*

O'REILLY [OVERLAP] - That's true, you can't —

*PRESIDENT OBAMA [OVERLAP] - And for us to close those loopholes, we could put people to work right now. Is that a Democrat — **is that a Democrat, Republican, conservative, liberal thing? It's neither.** It's common sense. That's what we should be doing.*

Данный пример представлен риторическим вопросом «**is that a Democrat, Republican, conservative, liberal thing?**». Аргументативный потенциал данного псевдиалога заключается в выражении политиком собственного мнение касательно обсуждаемой темы посредством вопроса самому себе. Ответ, как и во всех вышеперечисленных примерах, следует за вопросом.

Последующее за вопросом выражение являет собой часть КС, основанную на установлении говорящим причинно-следственной связи.

- 25) *OBAMA*: And let's also say that the Justice Department and the courts are making sure, as I've said in a speech before, that when Jamal sends his résumé in, he's getting treated the same as when Johnny sends his résumé in. **Now, are we going to have suddenly the same number of CEOs, billionaires, etc., as the white community? In 10 years? Probably not, maybe not even in 20 years.** But I guarantee you that we would be thriving, we would be succeeding. We wouldn't have huge numbers of young African American men in jail. We'd have more family formation as college-graduated girls are meeting boys who are their peers, which then in turn means the next generation of kids are growing up that much better.

В данном примере верификативных псевдодиалогов можно увидеть комплекс, состоящий из двух риторических вопросов. Оба риторических вопроса – верификативные риторические вопросы. Первый риторический вопрос содержит в себе основную информацию, тогда как второй дополняет его. Аргументативный потенциал обоих вопросов заключается в желании политика выразить свое мнение касательно обсуждаемой темы посредством вопроса самому себе. Данная коммуникативная структура, состоящая из вопроса и достаточно развернутого ответа основана на установлении говорящим причинно-следственной связи.

- **С апеллятивными вопросами**

Примеры псевдодиалогов с апеллятивными вопросами встретились в ходе исследования 5 раз:

- 26) *THEY SAY CAMP DAVID IS VERY NICE.*
MR. TRUMP: Yea, Camp David is very rustic, it's nice, you'd like it. **You know how long you'd like it?** For about 30 minutes...

Данная коммуникативная структура является структурой с добавочной рематизацией семантических элементов. Данный пример является ARGUMENTUM AD HOMINEM (словарь под редакцией Кондакова), иными

словами, аргументом рассчитанным на апелляцию к чувствам и мнениями определенных лиц (в данном случае это одновременно и интервьюирующий и аудитория). О том, что данный пример апеллятивный свидетельствует употребление политиком референциального слова «you», что является обращением к собеседнику. Кроме того, интересно заметить, что данный псевдодиалог произнесен Д. Трампом с целью создания комического эффекта, что можно понять из контекста.

27) *AP: So you have decided on a plan?*

TRUMP: Remember how many times have you been to the speech where I talked about Mosul.

AP: Right.

TRUMP. Right. Mosul. Four months we are going in, three months. We are still fighting Mosul.

You know why? Because they were prepared. If we would have gone in and just done it, it would have been over three months ago.

Данная коммуникативная структура является структурой с добавочной рематизацией семантических элементов. Также как и пример №9, данный пример является аргументом рассчитанным на апелляцию к чувствам и мнениями определенных лиц (в данном случае это одновременно и интервьюирующий и аудитория) (ARGUMENTUM AD HOMINEM) (словарь под редакцией Кондакова). О том, что данный пример может быть определен как апеллятивный свидетельствует употребление политиком референциального слова «you», что является обращением к собеседнику. Данный псевдодиалог создает значимость совершений Трампа на президентском посту, результативность его начинаний.

Итак, из приведенного выше анализа можно сделать вывод, что псевдодиалоги являющиеся очень частым явлением, употребляемым политиками в интервью могут иметь аргументативный потенциал в рамках политического дискурса.

2.2.2 Вопросы одного типа

К данной группе отнесено 5 примера, в которых риторические вопросы встречаются в реплике больше одного раза и могут быть охарактеризованы как вопросы одного типа.

28) *HOW IS BEING PRESIDENT GOING TO CHANGE HOW YOU OPERATE?*

MR. TRUMP: Like I've liked President Obama, he's been very nice, yeah he's been nice one on one, but maybe not so nice in other ways — **but who wants to leave the White House to go to some other place and be away on a vacation?** The White House is very special, there's so much work to be done, I'm not gonna be leaving much — I mean a lot of work to be done — I'm gonna be in there working, doing what I'm supposed to be doing — **but who wants to leave the White House?**

Данный пример содержит в себе пример повторяющегося риторического вопроса « **but who wants to leave the White House to go to some other place and be away on a vacation? but who wants to leave the White House?** » является характеристикой ситуации и реализуется как пример ARGUMENTUM AD HOMINEM (словарь под ред. Кондакова). Аргументативность подчеркивает эмоции человека, попадающего в качестве политика в Белый дом. В приведенном примере реализуется КС причинно-следственной связи.

29) *SANGER:* ...In other words, even if they (alliances) didn't pay a cent toward it (support the US), many have believed that the way we've kept our postwar leadership since World War II has been our ability to project power around the world. That's why we got this many diplomats
TRUMP: **How is it helping us? How has it helped us?** We have massive trade deficits. I could see that, if instead of having a trade deficit worldwide of \$800 billion, we had a trade positive of \$100 billion, \$200 billion, \$800 billion. **So how has it helped us?**

Данный пример содержит в себе пример повторяющегося риторического вопроса « **How is it helping us? How has it helped us?** » является характеристикой ситуации и реализуется как пример ARGUMENTUM AD HOMINEM (словарь под ред. Кондакова). В приведенном примере реализуется КС причинно-следственной связи.

Обращает на себя внимание и то, что данная причинно-следственная связь подчеркивается временами глаголов, что позволяет сказать о том, что ситуация не была решена ни сегодня, ни в прошлом.

30) *ОВАМА*: I think the Republican Party contains a lot of legislators who recognize that; and we know that because those folks voted for a comprehensive bill in the Senate that in many ways was more generous than I was able to offer through executive action. **So, the question then becomes, by me having taken these actions, does that spur those voices in the Republican Party who I think genuinely believe immigration is good for our country? Does it spur them to work once again with Democrats and my administration to get a reasonable piece of legislation done?**

Данный пример реализуется как цепь риторических вопросов, которые связаны между собой «**So, the question then becomes, by me having taken these actions, does that spur those voices in the Republican Party who I think genuinely believe immigration is good for our country? Does it spur them to work once again with Democrats and my administration to get a reasonable piece of legislation done?**». Оба вопроса представляют собой пример манипулирования чувствами слушающего. Такой вывод можно сделать из-за обильного количества прилагательных, которые можно отнести к оценочным. Коммуникативная структура в данном случае включает в себя кроме самого вопроса также предложения до и после него, что делает ее КС с последовательной номинацией отдельных семантических элементов. Вопрос о миграции, в том числе и о нелегальной миграции, для США достаточно проблемный. Потому обращение к нему всегда сопряжено с эмоциональным высказыванием.

2.2.3 Вопросы разных типов

К данной группе отнесено 8 примеров, в которых риторические вопросы встречаются в реплике больше одного раза и могут быть охарактеризованы как вопросы разного типа.

31) WILL YOU RIP UP THE IRAN DEAL?

MR. TRUMP: Well, I don't want to say what I'm gonna do with the Iran deal. I just don't want to play the cards. I mean, look, I'm not a politician, I don't go out and say, 'I'm gonna do this — I'm gonna do —', I gotta do what I gotta do. But I don't wanna play. **Who plays cards where you show everybody the hand before you play it?** But I'm not happy with the Iran deal, I think it's one of the worst deals ever made, I think it's one of the dumbest deals I've ever seen, one of the dumbest, in terms of a deal. Where you give — where you give a \$150 billion back to a country, where you give \$1.7 billion in cash — **did you ever see a million dollars in hundred dollar bills?** It's a lot. It's a whole — it's a lot. \$1.7 billion in cash. Plane loads. Of, of — think of it — plane, many planes. Boom. \$1.7 billion. I don't understand. It just shows the power of a president — when a president of this country can authorise \$1.7 billion in cash, that's a lot of power.

В данном примере нашему вниманию представлено два риторических вопроса «**Who plays cards where you show everybody the hand before you play it?**» и «**did you ever see a million dollars in hundred dollar bills?**», которые становятся контактоустанавливающими вопросами, через эмотивные образы передающими характеристики. Коммуникативная структура в данном случае включает в себя кроме самого вопроса также предложения до него, что делает ее КС с последовательной номинацией отдельных семантических элементов. Данный тип КС может быть назван эмотивным, что еще раз подтверждает, что основной функцией данного риторического вопроса является создание экспрессивного оттенка.

32) TRUMP: I wanna do everything within the bounds of what you're allowed to do legally. **But do I feel it works?** Absolutely I feel it works. **Have I spoken to people at the top levels and people that have seen it work?** I haven't seen it work. But I think it works. **Have I spoken to people that feel strongly about it?** Absolutely.

Данный пример содержит в себе пример повторяющегося риторического вопроса «**But do I feel it works? Have I spoken to people at the top levels and people that have seen it work? Have I spoken to people that**

feel strongly about it? » является характеристикой ситуации и реализуется как пример ARGUMENTUM AD HOMINEM (словарь под ред. Кондакова). Аргументативность подчеркивает эмоции человека, попадающего в качестве политика в Белый дом. В приведенном примере реализуется КС причинно-следственной

связи.

33) *BERNIE SANDERS*:In terms of the corporate media, the criticism is: number one, there was the study that came out the other day – ABC Evening News has provided 80 minutes of time to Donald Trump, they have provided 20 seconds to me. **Does that shock me?** Not really. This is a corporately owned media, this is a corporate agenda. They are not necessarily sympathetic to what I have to say. But in the broader sense – above and beyond me or Donald Trump – this is the critique: in our country, and around the world, people are facing enormous problems. The middle class of this country is disappearing. What does that mean? It means you have people with two or three jobs, worried to death about their children, worried about their own retirement. **Are they talking about that on television?** I don't think so. So, to a large degree, news becomes entertainment. If it bleeds it leads. If you have a fire, that's really interesting. But how are you going to retire, if you are the half of the American people at 55 who have zero in savings for their retirement. They are not talking about that. **What about the morality of the top one-tenth of 1% owning as much wealth as the bottom 40%? Do you think that's an issue that should be talked about? I do. Does the corporate media?** No, of course not. So my criticism is that a lot of people out there today are hurting, they are struggling, and no one is talking about it. And that further isolates them.

В данном примере нашему вниманию представлен риторический **вопрос «What about the morality of the top one-tenth of 1% owning as much wealth as the bottom 40%? Do you think that's an issue that should be talked about?»**, который является идентифицирующим. Данную коммуникативную структуру можно охарактеризовать как структуру с добавочной тематизацией семантических элементов (классификация Л.П. Чахоян). Рема дана в предложении, которое предшествует вопросу. КС причинно-следственной

связи

2.2.4 Вопросы с констатирующей антиципацией

Под „констатирующей антиципацией“ понимается констатирующее высказывание, которое следует до вопроса.

34) IT'S BEEN REPORTED THAT A BRITISH FORMER DIPLOMAT WAS INVOLVED IN THIS WHOLE THING — DO YOU THINK THAT WE, IN BRITAIN, NEED TO LOOK AT OUR INTELLIGENCE SERVICES?

MR. TRUMP: Well, that guy is somebody that you should look at, because whatever he made up about me it was false — he was supposedly hired by the Republicans and Democrats working together — even that I don't believe because they don't work together, **they work separately — and they don't hire the same guy — what they got together?** See the whole thing is fake news because it said the, whoever it was, intelligence, the so-called intelligence, said he's an operative of Republicans and Democrats — they don't work together, they don't work together.

Данный пример содержит в себе сочетание риторического вопроса и утверждения « **they work separately — and they don't hire the same guy — what they got together?** ». Ремой данному вопросу является сообщение о том, что политические противники не могут объединиться для решения проблем «**by the Republicans and Democrats working together — even that I don't believe because they don't work together**». Перед нами структура с добавочной семантизацией. Последующее предложение дает ответ на поставленный вопрос, противопоставляя мнение политика представителям других политических кругов. Обратим также внимание на конструкцию «they don't work together, they don't work together.», которая повторяется большое количество раз и указывает на основную мысль — представители не могут работать вместе

35) CUOMO: Senator McCain believes that the U.S.'s credibility in the region has been hurt, that a situation like Syria -- that he believes there's been delay, and it has led to a boldness by the regime there, do you think that's fair criticism?
OBAMA: Well, you know, I am sympathetic to Senator McCain's passion for helping people work through what is an extraordinarily difficult and heartbreaking situation, both in Syria and in Egypt, and these two countries are in different situations. **But what I think the American people also**

expect me to do as president is to think through what we do from the perspective of, what is in our long-term national interests? And, you know, I -- you know, sometimes what we've seen is that folks will call for immediate action, jumping into stuff, that does not turn out well, gets us mired in very difficult situations, can result in us being drawn into very expensive, difficult, costly interventions that actually breed more resentment in the region.

Данный пример представлен риторическим вопросом + утверждением **«But what I think the American people also expect me to do as president is to think through what we do from the perspective of, what is in our long-term national interests?»** представляет собой верификативный риторический вопрос, аргументативный потенциал которого заключается в желании политика выразить свое мнение касательно обсуждаемой темы посредством вопроса самому себе. Ответ следует за вопросом, но сам вопрос представляет собой продолжение утверждения. Последующий ответ опирается на структуру причинно-следственной связи, и, хотя не представлен развернутой структурой.

Итак, из вышеприведенного анализа видно, что зачастую риторические вопросы в репликах американских политиков в интервью встречаются не единично, а в комплексе. Среди комплексных структур в отдельную группу были выделены группы вопросов, относящихся к одному виду, риторические вопросы, принадлежащие разным видам, а также было выявлено, что комплекс может состоять не только из вопросов, но и из утверждения с последующим или предшествующим вопросом.

В процессе анализа риторический примеров, представленных комплексными коммуникативными структурами, несколько раз встретился тип аргумента ARGUMENTUM AD HOMINEM из классификации, представленной в словаре под ред. Кондакова. Данный аргумент является апелляцией к мнению и чувствам собеседника.

Выводы по главе 2

В результате проведенного функционально-семантического анализа риторических вопросов в американском политическом дискурсе, удалось установить следующие семантические группы:

1. Среди единичных коммуникативных структур самой часто употребляемой структурой является та, в которой риторический вопрос относится к типу идентифицирующих. Данные вопросы обладают ярким аргументативным потенциалом, так как их цель-указать на определенные объекты, личности или события, и установить их признак. Такие примеры в проанализированном материале встречаются в 9 случаях,
2. В отдельном пункте были рассмотрены апеллятивные риторические вопросы. Они являются вторыми по частотности в проанализированном материале. Таких примеров 8. В данном пункте вопросы были выделены в следующие группы : вопросы апеллирующие к мнению (2 случая), к отношению (всего 1 случай), к знанию (3 случая) и к ситуации (2 случая). Цель данных вопросов-обратить внимание интервьюирующего и аудитории на определенные моменты, которые потенциально могут стать аргументами.
3. Все риторические вопросы могут считаться экспрессивно окрашенными, однако, в данной работе, был выделен отдельный пункт для риторических вопросов, которые можно отнести к эмотивным. Таких примеров насчитывается 4, и они были разделены на группы. 2 из данных вопросов были определены, как вопросы имеющую эмоциональную окраску негодования. По одному примеру представляют собой вопрос, эмоционально окрашенный удивлением, и вопрос, употребленный политиком для создания комического эффекта.
4. В ходе исследования было выявлено 5 верификативных риторических вопросов. В общепринятом понимании эти вопросы предполагают положительных либо отрицательный ответ, однако в данной работе, к этому

типу вопросов были также с оговоркой отнесены вопросы переспросы, то есть вопросы, целью которых является проверка внимания, слушает ли собеседник.

5. В отдельный параграф были выделены 38 комплексных коммуникативных структур, представленные не только одним риторическим вопросом. Такие структуры были разделены на 4 группы. Наиболее часто в материале встречались реплики, выраженные в форме псевдиалога. Такие структуры встретились в ходе анализа в 23 примерах. Опираясь на тип риторического вопроса, употребляемого в псевдиалоге, были выделены три группы псевдиалогов в данном подпункте. Отдельно были рассмотрены псевдиалоги, содержащие идентифицирующие риторические вопросы. К этой группе были отнесены 9 примеров. Группа псевдиалогов с верификативными вопросами насчитывает также 9 примеров, а случаи, с апеллятивными вопросами в данных коммуникативных структурах встретились 5 раз. В 8ми примерах комплексных коммуникативных структур риторические вопросы принадлежат разным типам, в 5 случаях вопросы в реплике одного типа. Также 2 раза встретились случаи, когда имела места контрастирующая антиципация, то есть риторический вопрос следовал сразу за утверждением, вводящим его.
6. При анализе риторических примеров, представленных как единичными, так и комплексными коммуникативными структурами, встретились следующие типы аргументов согласно классификации, представленной в словаре под ред. Кондакова: ARGUMENTUM AD HOMINEM, что является так называемым «доводом к человеку», то есть апелляцией к мнению собеседника, ARGUMENTUM AD REM-апелляция к подтвержденному факту и ARGUMENTUM A POSTERIORI, представляющий апелляцию к данным опыта и практики.

Заключение

Настоящая работа посвящена исследованию риторических вопросов, которые в процессе участия в политическом интервью употребляют американские политики, преследуя ту или иную цель. Такая цель может заключаться, например, в уходе от прямого ответа или в апелляции к мнению. В рамках исследования мы попытались выявить аргументативный потенциал таких риторических вопросов на примерах интервью с Д. Трампом, Б. Обамой, Б. Сандерсом и М. Тэтчер чтобы показать, как именно они реализуются в речи.

В первой главе исследования были рассмотрены теоретические основы изучения политического дискурса как лингвистического явления, риторического вопроса, а также аргументативного дискурса. Удалось установить, что:

Аргументативный дискурс-это последовательность высказываний в определенной коммуникативной ситуации, в процессе развития которой говорящий осуществляет речевые шаги с определенной коммуникативно-прагматической целью, а именно - убедить собеседника в истинности какого-либо суждения и заставить его принять это мнение.

Политический дискурс представлен различными жанрами, к которым относится жанр политического интервью. Интервью обладает диалогическим характером и включает в себя акторов – журналиста, политика, а также аудиторию. Участвуя в интервью, политик преследует те или иные коммуникативные цели, которые он реализует с помощью комплекса речевых действий и языковых средств, к которым относится риторический вопрос, рассматриваемый в данной работе.

В результате анализа 36 примеров риторических вопросов, которые представляют собой интенциональные коммуникативные структуры, удалось установить, что помимо интенционального значения в этих структурах выявляется аргументативный потенциал. Данные риторические высказывания имеют своей целью реализовать аргументацию, обращая внимание

журналиста и аудитории на определенные факты, апеллируя отношением и мнениями, отвечая на заданные вопросы собственнлично. Каждая группа, посвященная тому или иному типу вопроса проиллюстрирована одним-тремя примерами в зависимости от степени их репрезентативности.

При помощи метода количественных подсчетов мы выявили, что наиболее часто употребляемыми риторическими вопросами в американских политических интервью являются вопросы, относящие к группе комплексных коммуникативных структур, в которых говорящий на поставленный вопрос сам дает ответ, то есть вопросы в Псевдодиалогах. Можно предположить, что такие вопросы являются неотъемлемой частью аргументации для политического интервью и не зависят от его хода и настроения. В ходе анализа встретились такие типы аргументов из словаря под ред. Кондакова, как: ARGUMENTUM AD HOMINEM, что является апелляцией к мнению собеседника, ARGUMENTUM AD REM-апелляция к общеизвестному факту и ARGUMENTUM A POSTERIORI, представляющий апелляцию к данным опыта. Группой с наименее распространенными риторическими вопросами в нашей работе является группа с эмотивными коммуникативными структурами, что, вероятно, можно объяснить спецификой жанра политического интервью, поскольку, участвуя в политическом интервью, политик стремится сохранять серьезность повествования, формируя собственный положительный имидж.

Таким образом, изучение аргументативного потенциала риторического вопроса в современном американском политическом интервью, соответствует не только современным тенденциям в лингвистике, но и представляет интерес для смежных лингвистических наук, например, политической лингвистики.

Список использованной литературы

1. Crucial Concepts in argumentation Theory. Frans van Eemeren (ed) Amsterdam University Press, 2001; Advances in Pragmadiialectics. Frans van Eemeren (ed) Amsterdam University Press, 2002.
2. Ene Cornelia "Rhetorical questions within the theory of speech acts". Cahiers de linguistique theorique et appliqué., 1983.
3. Fetzer, A., & Lauerbach, G. E. (2007). Political Discourse in the Media. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
4. Kuhn Th. The Structure of Scientific Revolutions. The University of Chicago Press. Chicago, 1970.
5. Langacker, G. W. Foundations of Cognitiv Gramma. Stanford : Stanford University Press, 1987
6. Maslennikova A., Tretyakova T. The Rhetorical Shift in Interviews: New Features in Russian Political Discourse Proceedings of the Fifth International Conference of the International Society for the Study of Argumentation Sic Sat. Amsterdam. The Netherlands, 2004.
7. Stanton N. Communication. N.Y. ,1990.
8. Tretyakova Tatyana P. Levels of stereotype in political discussions from the perspective of argumentation theory / Special Fields and Cases //Proceedings of the Fourth International Conference of the International Society for the Study of Argumentation / June 21-24 1994. Sic Sat. Amsterdam. The Netherlands, 1995.
9. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика М.: Воронеж, 2004.
10. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. М., 1990.
11. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. М. : Знание, 1991.
12. Баранов, А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом // Человек. 1997. № 6.

13. В. В. Бурлакова, Ленинградский государственный университет имени А.А. Жданова Изд-во Ленинградского университета, 1988
14. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак. - Волгоград : Перемена, 1997.
15. Григорьев В.А. Семантико-прагматические функции риторических вопросов во французском языке. Дисс...канд. филол. наук. Кишинев, 1987.
16. Гурочкина А.Г. Аргументативный дискурс парламентских дебатов ВКЛ, 2010
17. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М. : Прогресс, 1989
18. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. №3. М., 2002; Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. №3. М., 2002.
19. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии.
20. Еемеерен Ф. ван Х., Гроотендорст Р. Аргументация, коммуникация и ошибки. СПб., 1992.
21. Ивин А.А. По законам логики. — М.: 2010.
22. Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа. С. 14-15.
23. Карасик, В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград : Перемена, 2000.
24. Клемперер В. Язык третьего рейха. Записная книжка филолога. М., 1998; Ларин С. Язык тотализма // Новый мир. 1999. №4.
25. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник, Издательство «Наука», М., 1975
26. Кубрякова Е.С. Язык и знание. М., 2004.
27. Лазутина Г, Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000; Шостак М. Репортер: профессионализм и этика. М., 1999.

28. Ле Э. Лингвистический анализ политического дискурса. Язык статей о чеченской войне в американской прессе // Полис. М., 2001. №2. С. 93.
29. Мария Лукина Технология интервью Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003.
30. Марков Б.В. Философская антропология. Очерки истории и теории. СПб., 1997. С. 44.
31. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика Минск: ТетраСистемс, 2008
32. Нарумов, Б. П. «Архитектура языка» в концепции Э. Косериу // Вопросы иберо-романской филологии. М., 2005. Вып. 7.
33. Паршин, П. Б. Об оппозиции системоцентричности и антропоцентричности применительно к политической лингвистике [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2000/> 11.02.2018
34. Плахотная Ю.И. Сборник докладов «Современная политическая лингвистика» науч. конф. (Екатеринбург, 29.09—6.10.2011) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011.
35. Попова Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. — СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2003.
36. Серио, П. Русский язык и советский политический дискурс: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М. : Прогресс, 1999.
37. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века : сб. ст. М. : Ин-т языкознания РАН; Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995.
38. Третьякова Т.П. Функционально-семантические составляющие детской диалогической речи (на материале современного английского языка). М., 1984.
39. Третьякова Т.П. Опыт лингвистического анализа аргументации в политическом диалоге // Коммуникация и образование. / Сборник статей. Под ред. С.И. Дудника Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2004.

40. Фуко, М. Порядок дискурса // Воля к исти- не: по ту сторону власти, знания и сексуальности. М. : Магистериум : Касталь, 1996.
41. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Электронный ресурс]. Волгоград, 2000. URL: www.lib.ua-ru.net/diss /cont/94853.html. 25.02.2018
42. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.